

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan tugas akhir mengenai produksi video *Reels* Instagram untuk meningkatkan *Engagement* pada UMKM Donat Kentang Semarang, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Kondisi awal akun Instagram @donat_kentang_semarang menunjukkan tingkat *Engagement* yang masih rendah dengan nilai *Engagement rate* sebesar 0,32%. Hasil observasi dan pra-survei menunjukkan bahwa kondisi tersebut dipengaruhi oleh strategi konten yang belum terencana, penggunaan konten yang masih didominasi foto, serta belum optimalnya pemanfaatan fitur Instagram *Reels* sebagai media promosi.
2. Strategi konten dalam bentuk video *Reels* berhasil dirancang dan diterapkan melalui tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Sebanyak 11 video *Reels* diproduksi menggunakan konsep konten yang beragam, meliputi konten promosi, edukasi, hiburan, behind the scene, testimoni pelanggan, dan tanya jawab produk. Seluruh video kemudian dipublikasikan pada akun Instagram @donat_kentang_semarang sesuai dengan Standard Sequence Guide (SSG) yang telah disusun.
3. Penerapan strategi konten video *Reels* berhasil meningkatkan *Engagement* akun Instagram UMKM Donat Kentang Semarang. Hasil analisis Instagram Insights menunjukkan bahwa seluruh video memperoleh interaksi dari audiens dalam bentuk likes, komentar, shares, dan saves. Selain itu, nilai *Engagement rate* akun meningkat dari 0,32% sebelum implementasi menjadi 2,88% setelah implementasi video *Reels*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa strategi konten yang diterapkan mampu meningkatkan keterlibatan audiens sekaligus mengoptimalkan pemanfaatan Instagram sebagai media pemasaran digital bagi UMKM Donat Kentang Semarang.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan tugas akhir yang telah dilakukan, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

1. UMKM Donat Kentang Semarang disarankan untuk mempertahankan konsistensi publikasi video *Reels* sesuai dengan kalender konten yang telah disusun agar *Engagement* akun tetap terjaga dan dapat terus mengalami peningkatan.
2. Variasi konten video *Reels* dapat terus dikembangkan dengan menyesuaikan tren yang sedang berkembang di Instagram serta kebutuhan informasi audiens. Pengembangan tersebut diharapkan dapat meningkatkan jangkauan konten dan mempertahankan ketertarikan audiens terhadap akun Instagram UMKM Donat Kentang Semarang.
3. Evaluasi terhadap data Instagram Insights sebaiknya dilakukan secara berkala untuk mengetahui jenis konten yang memperoleh respons terbaik. Hasil evaluasi tersebut dapat dijadikan dasar dalam penyusunan strategi konten pada periode berikutnya sehingga publikasi yang dilakukan lebih sesuai dengan karakteristik audiens.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan pembahasan mengenai pemanfaatan Instagram *Reels* tidak hanya dari sisi peningkatan *Engagement*, tetapi juga dari aspek lain, seperti peningkatan *brand awareness*, jumlah pengikut, maupun dampaknya terhadap penjualan produk, sehingga manfaat penggunaan media sosial bagi UMKM dapat dikaji secara lebih luas.